

## **К ВОПРОСУ О КОНТРОЛЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ В ТРАНЗИТИВНОМ ОБЩЕСТВЕ**

**О. И. Карпеко**

*Белорусский государственный экономический университет, г. Минск*

**А. Ю. Бердин**

*Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого, Беларусь*

Трансформационные экономические процессы на постсоветском пространстве характеризуются ускоренными темпами изменений. Данный факт обусловлен тем, что вышеуказанный процесс проходит не на плоскости локального историко-экономического преобразования, а под активным давлением уже сформировавшихся общественных формаций, выполняющих не просто созидательные, а активно-конструктивные функции. В короткий промежуток времени осуществляется перенос не только многовекового полиэтнического опыта ведения хозяйствования, но также и целой системы социальных приоритетов и ориентиров, обуславливающих принципы, правила и нормы общественного бытия. Важнейшую роль в социальной ориентации индивидов на данном этапе играет вектор направленности информационного поля, которое обозначает формы новых социальных ориентиров. Так современные рекламные ролики, публикации в СМИ, а также частично кинематограф характеризуются однозначно детерминированной агрессивно-потребительской обуславливающей парадигмой, направленной на то, чтобы инициировать у потребителя актуализацию мотива социального доминирования посредством стремления к обладанию рядом вещей, позиционируемых как социально-выделяемые факторы: дорогие авто, мобильные телефоны, предметы гардероба, модные клубы и рестораны и т. д. Данные объекты непосредственно контактируют с окружающим социумом, посредством первичного визуального контакта, который является базисом последующей оценки, своего рода социальным индикатором, побуждающим развитие интереса к конкретному индивиду или, наоборот, детерминирующим низкий социальный статус субъекта. Средства массовой информации преподносят обществу состоявшихся, успешных социально-доминирующих личностей, которые обозначают свой главенствующий социальный статус и жизненную позицию посредством обладания определенными благами, призывая своих респондентов следовать их примеру, при этом, нигде не делая акцента каким образом. Определяющим мотивом социального выделения декларируется тезис о первичности достижения цели, а не выбора средств, никто не выясняет, каким образом индивид добился своей цели, т. е. примеры социального доминирования открыто пропагандируются и навязываются, при этом общественно приемлемые нормы принимаются по умолчанию. Вышеизложенные социальные ориентиры детерминируют целый ряд негативных факторов – осознание частью индивидов собственной социальной посредственности, отсутствие преемственности ценностных цепочек между поколениями, как следствие – однозначная ориентация исключительно на социально-доминирующие факторы и ценности. Потенциальная нетерпимость полярных социальных групп обуславливает стремление к социальному доминированию над более низкими социальными пластами в противовес факту социального доминирования высших классов, тем самым обуславливая психологическое равновесие.

Особую детонирующую роль в данных социальных процессах играет фактор географического центрирования, который заключается в относительно равномерном распределении различных социальных групп во времени и пространстве. Естественно, как следствие, происходит сублимация личностных социально-психологических характеристик, которая закономерно проецируется на общественные тенденции и обуславливает формы и методы ведения хозяйствования.

Необходимо отметить, что данная проблема распространяется не только на страны, переживающие постсоциалистический период, но и для развитых стран с многовековыми традициями рыночных отношений, таких как США, Великобритания, Франция и Германия. Но к вышеперечисленным государствам можно применить термин социально-географического ранжирования, которое включает в себя не только принцип районирования жилых массивов по социальному классу, что исключает совместное проживание граждан с существенно рознящимся уровнем доходов, но и развитую многоканальную инфраструктуру сфер жизнедеятельности и мест отдыха. Так телевидение включает в себя порядка тысячи каналов с различным уровнем стоимости подключения, увеселительные заведения: рестораны, бары, ночные клубы можно проранжировать, как минимум, на десяток социальных векторов, определяющих не только уровень дохода, но и род деятельности, круг интересов и образ жизни посетителя. Все вышеизложенное отчасти нивелирует последствия социального расслоения, за счет того, что у представителей различных классовых групп сужается количество точек социального соприкосновения, а также сформировалась и устоялась система ценностей, механизмов, запускающих социальные лифты, градация общественных приоритетов, методов, норм и правил социального взаимодействия.

Также необходимо отметить, что на Западе культура отношения к частной собственности, накоплению капитала и система формирования социально-доминантных ориентиров складывалась не одну сотню лет и пережила период сильной трансформации в XX веке. В постсоциалистическое общество рыночные ценности и ориентиры пришли за короткий промежуток времени, образовав устойчивую психологическую надстройку, но для укоренения в сознании индивидов базисов, на которых базируется система социально-рыночных отношений, нужен существенно больший промежуток времени, а также векторная планомерная социально-психологическая пропаганда. В противном случае до того момента, когда социум придет к логическому концу (сознательному синтезу базиса и надстройки) путем эволюционного развития, мы получим целый ряд неконтролируемых деструктивных асоциальных процессов и явлений. В данных процессах индивиды в первую очередь будут обвинять новую систему, но ни в коем случае ни свою собственную ментальность. Социальные законы развития общественных отношений обуславливают принятие тезиса, констатирующего, что общество должно пройти обязательный период деклассации, характеризующийся трансформацией общественного сознания в рамках вектора социально-рыночных отношений. Данный период в обязательном порядке будет сопровождаться социальными пертурбациями, генезисом системы ценностей, социально одобряемых и социально порицаемых ориентиров, но это не означает, что общество не должно контролировать собственные трансформационные процессы, а списывать все асоциальные тенденции и сдвиги на постперестроечный период. Генезис развития экономической системы обуславливается трансформацией общественного сознания и сдвигов социальных ориентиров, которые, в свою очередь, зависят от совокупности психологических норм поведения и индивидуальных социально устойчивых мотивов каждого члена общества. Формирование данного индивидуального социально-психологического пакета является в большей степени управляемым и должно быть контролируемым, что обуславливает гармоничное развитие общества и частично нивелирует неотъемлемые асоциальные явления, сопровождающие любой период социально-психологической трансформации форм общественного бытия.